

# Social Branding: com crear una identitat de marca

**Txell Rabionet**

**17 de maig de 2023 – El Centre Eix de  
negoci –  
Santa Coloma de Farners**



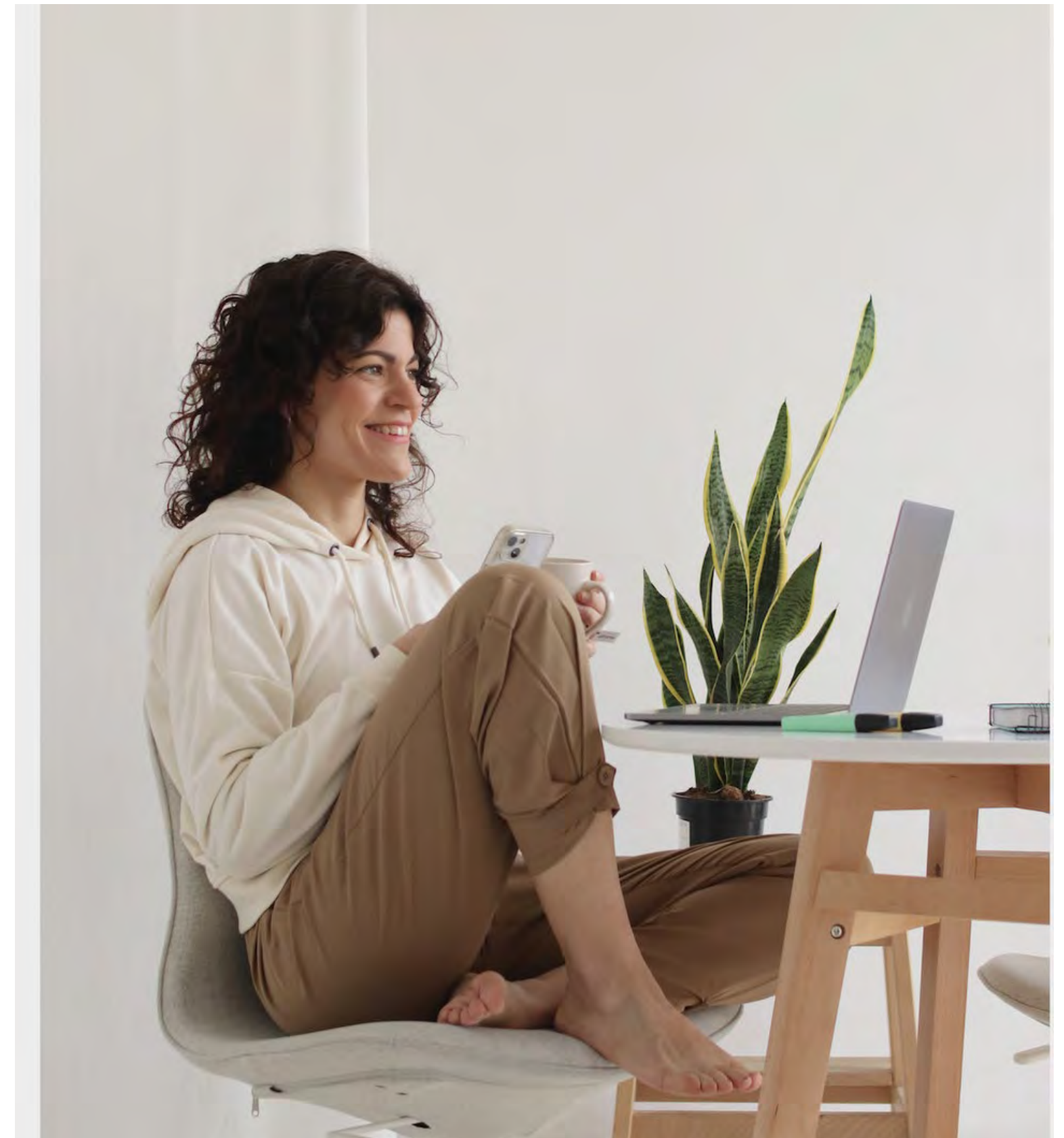


CONSULTORA  
DIGITAL

MÀRQUETING  
DIGITAL

COMUNICACIÓ  
ESTRATÈGICA

GESTIÓ  
XARXES  
SOCIALS



1

## MISSIÓ

Raó de ser d'una empresa, el seu propòsit. És una declaració breu i concisa que descriu l'objectiu principal de l'empresa.

2

## VISIÓ

Cap on es dirigeix el projecte a llarg termini, la direcció cap a la qual s'anirà movent l'empresa

3

## VALORS

Són els principis fonamentals que guien el comportament de l'empresa.



1

## MISSIÓ

Oferir calçat d'alta qualitat que combini estil, comoditat i durabilitat per a satisfer les necessitats i preferències dels nostres clients.

2

## VISIÓ

Ser una marca icònica que inspire confiança i empoderi a les persones a través del calçat, oferint una experiència de compra inigualable i creant connexions significatives amb els nostres clients. Convertir-nos en empresa líder del sector del calçat sostenible.

3

## VALORS

Proximitat - Sostenibilitat - Qualitat -  
Innovació - Transparència



## QUI SOM?

Empresa jove que es dirigeix a un mercat nacional i que es vol diferenciar per treballar amb materials sostenibles de proximitat.

## QUÈ DIEM SER?

Som el teu proveïdor de calçat de confiança per consumir d'una forma sostenible i respectuosa amb el medi ambient.

Tractem els nostres clients com si fossin de la família, assessorant-los en el moment de la compra. La inversió que els clients fan amb nosaltres és una inversió segura.

## QUÈ VOLEM QUE DIGUIN DE NOSALTRES

Dubtàvem de la durabilitat i ens ha sorprès en positiu. Les utilitzo cada dia i després d'un any estant impecables. Són còmodes i boniques, res a envejar a altres marques.



# PÚBLIC OBJECTIU

Definir el públic objectiu és clau per crear i generar una comunicació estratègica que ens ajudi a convertir seguidors en clients.



## DEMOGRAFIA

Nom, edat, sexe,  
ubicació...



## ENTORN PROFESSIONAL

Càrrec, sou,  
tasques...



## PSICOGRAFIA

Objectius vitals, valors,  
creences, frustracions,  
motivacions..



## FACTORS INFLUÈNCIA

Xarxes Socials, Marques  
de referència...

# Buyer persona

President club esportiu de poble



## Miquel Teixidor

47 anys

Girona

Casat

Estudis superiors

+20.000 € anuals

## Biografia

Durant la seva infància i adolescència va ser jugador del club.

Ara hi juguen els seus fills.

És un amant de l'esport en general i de fer vida de poble.

És una persona amb inquietuds, crític i que cerca fer les coses de la millor manera possible.

## Frustracions

Mai es va dedicar professionalment a l'esport.

Li agrada ser líder.

## Motivacions

Ajudar el club de la seva vida a arribar a un pas més.

Aportar el seu coneixement.

Ganes que el club on juguen els seus fills funcioni.

Interès en la base del club, anar més enllà de la competició, generar relacions i bon ambient en el club.

## Tasques que realitza

S'ocupa de la gestió del club.

Tot i que compta amb els membres de la junta ha de supervisar la part financera, esportiva i humana.

La seva mà dreta és el coordinador.

# Buyer persona

President club esportiu de poble



Miquel Teixidor

47 anys

Girona

Casat

Estudis superiors

+20.000€ anuals

## Comunicació

Canals: trucades, WhatsApp, Gmail.

Temàtiques de contingut:

entreteniment, #howto, esports,  
actualitat, humor, lideratge.

## Cita

"No preguntis què poden fer per tu els  
altres, pregunta què pots fer tu per  
l'equip"

## Factors que influeixen en la seva decisió de compra

Inversió econòmica .

Inversió temporal .

Balanç de punts a favor i en contra .

## Avantatges del servei que oferim

Centralització de la gestió .

Optimització del temps .

Comunicació bidireccional .

Digitalització del club .

## Referents i influència

Altres clubs esportius del poble .

Altres clubs de la mateixa disciplina esportiva .

Opinions dels pares i els jugadors .

Bàsquet Girona // Girona FC





SINO COMUNIQUES,  
NO EXISTEIXES

# APARADOR ONLINE

El digital ens dona la oportunitat de tenir "obert" 24h, 7 dies a la setmana, 365 dies l'any.



- FACEBOOK
- INSTAGRAM
- TIKTOK

- LINKEDIN
- PINTEREST
- BEREAL

- WHATSAPP BUSINESS
- TELEGRAM

# PILARS DE CONTINGUT

Una mateixa idea, diferents objectius.



## EDUCAR

estic donant contingut de valor i ensenyant com fer-ho.



## ENTRETENIR

meme "jo abans de conèixer la norma de les proporcions" acompanyat d'un giff



## FIDELITZAR

regalar un ebook amb 5 consells per dissenyar amb Canva

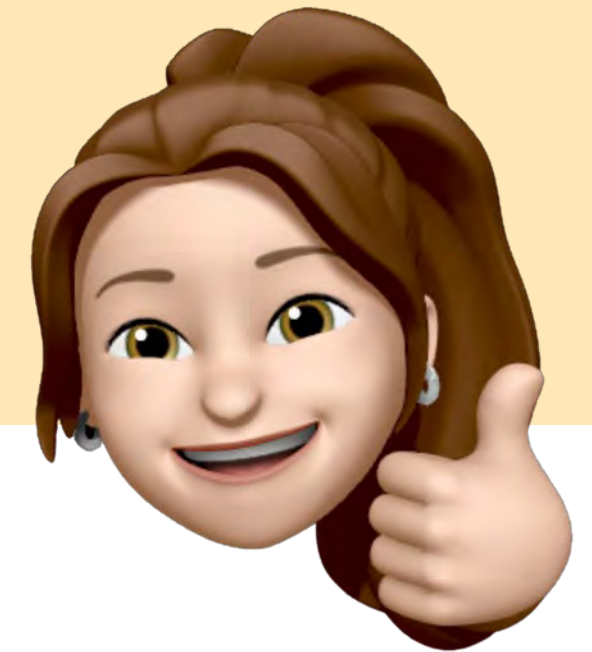


## VENDRE

producte pack plantilles dissenyades amb Canva per les teves XXSS

# CALENDARI DE CONTINGUTS

La constància és la clau de l'èxit per guanyar visibilitat.  
Planificar et permetrà ser constant, sistematitza.



DILLUNS



DIMART



DIMECRES



DIJOUS



DIVENDRE



DISSABTE



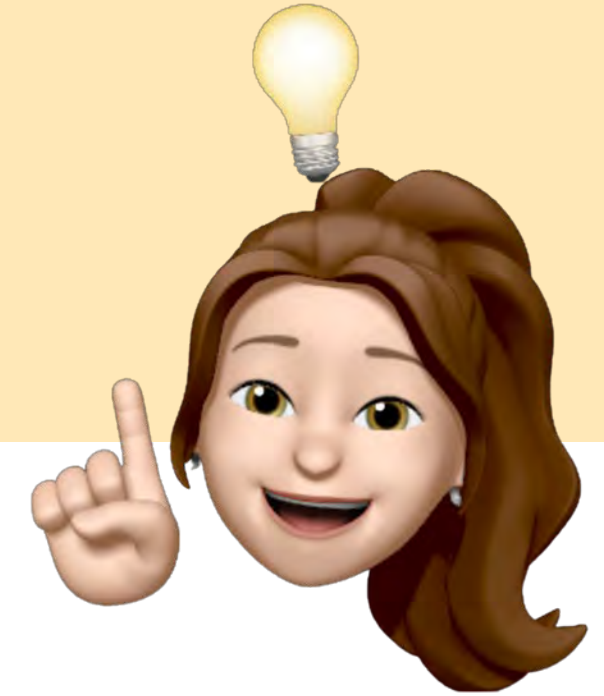
DIUMENGE



UNA VEGADA CREAT EL CONTINGUT UTILITZA L'ESTRATÈGIA DE DIVIDIR I MULTIPLICAR  
Article de blog - carrusel - reel - frase cèlebre

# BRANDING

Busca i treballa la coherència visual

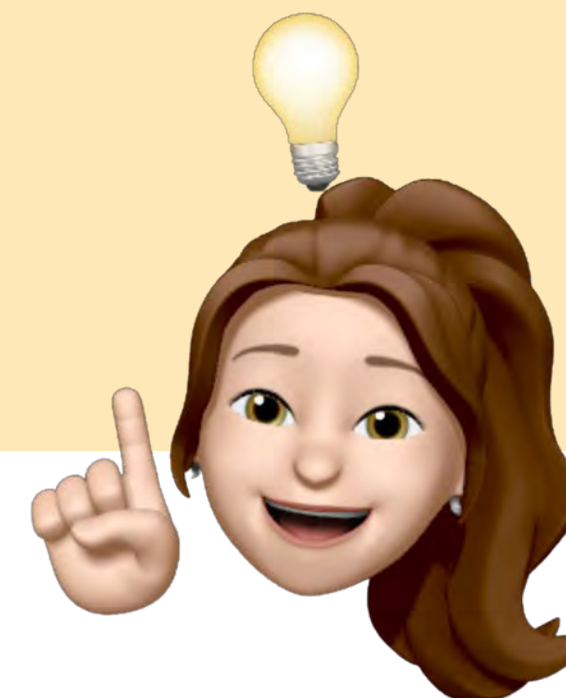


DEFINEIX UNS COLORS DE MARCA

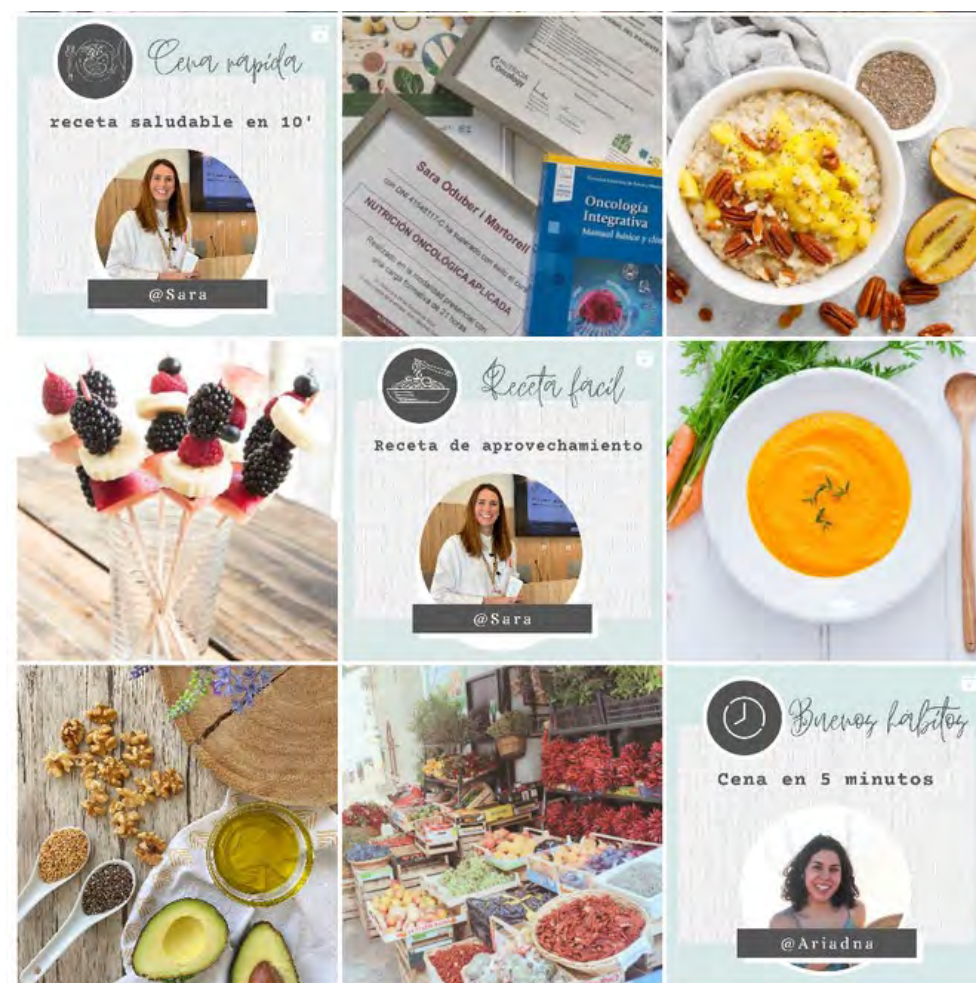


# BRANDING

Busca i treballa la coherència visual



## TREBALLA AMB PLANTILLES



# GRÀCIES



+34 644 50 27 14



[hola@txellracionet.com](mailto:hola@txellracionet.com)



[www.txellracionet.com](http://www.txellracionet.com)



[@txellracionet](https://www.instagram.com/txellracionet)

TXELLRACIONET  
TXELLRACIONET  
TXELLRACIONET

## PLUJA D'IDEES

5' Escriu tot allò que se t'acudeixi

## BENCHMARKING

Mira altres perfils

## CLASSIFICA EN PILARS DE CONTINGUT

Educar - Fidelitzar - Entretenir - Vendre

## OMPLE LES TEVES SETMANES TIPUS

Planifica a un mes vista





Diputació de Girona



Txell Rabionet

+34 644 50 27 14

[hola@txellrabionetfrigola.com](mailto:hola@txellrabionetfrigola.com)



Finançat per la Unió Europea  
NextGenerationEU



red.es

